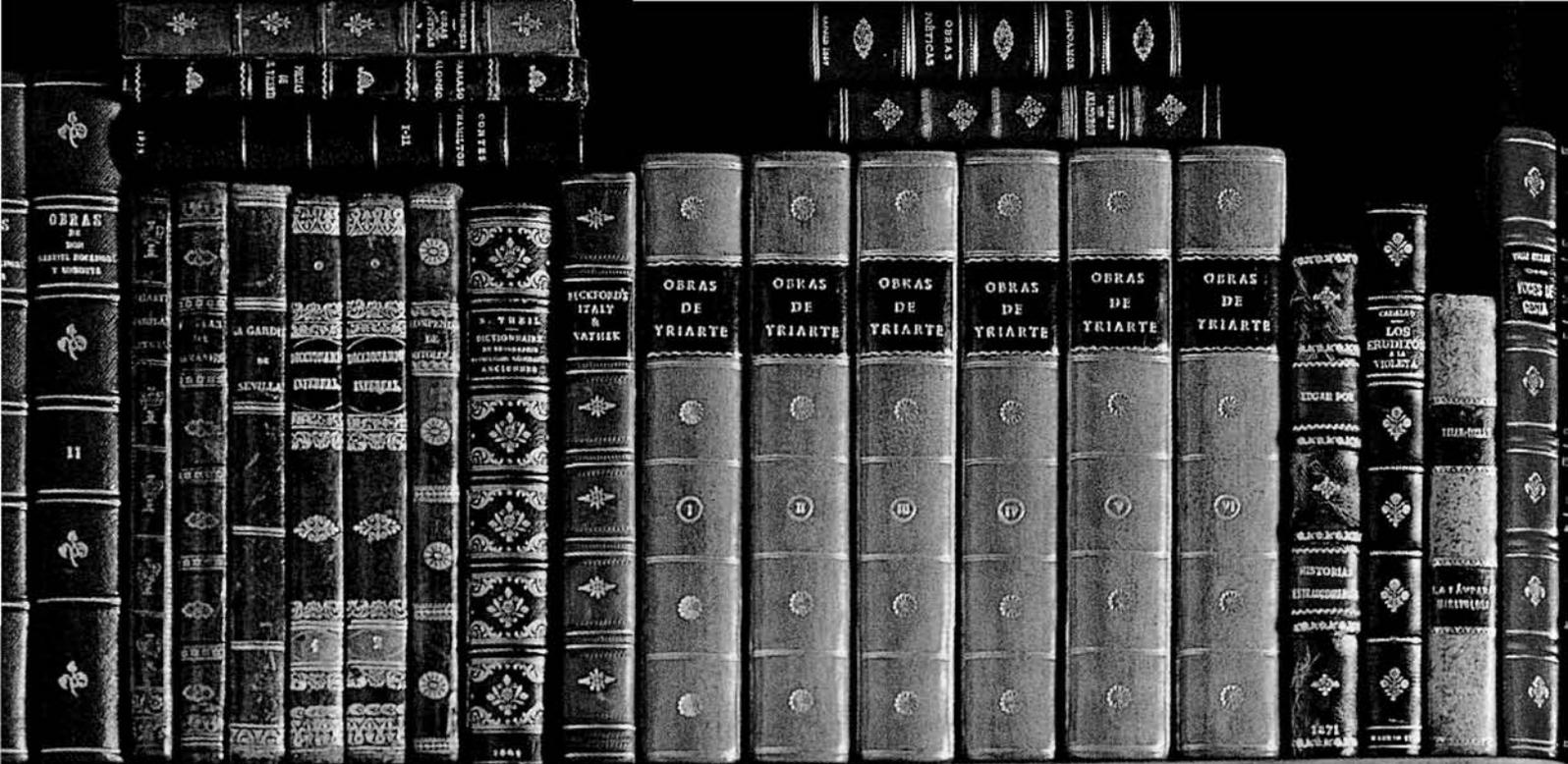


BIBLIOTECA



El filo de la guillotina

¿Qué posibilidades de subsistir tiene el ideal de cultura de la modernidad en su lucha a contracorriente contra las formas de vida —denominarlas «ideales culturales» resulta patético— de la posmodernidad? Si el desarrollo de los recursos técnicos es el motor de los cambios en las formas de organización sociales y de las formas de conciencia, ¿cómo aspirar a que la ideología no se modifique a su paso? ¿Cabe pensar que los valores dominantes de la población no se correspondan con los valores del mercado? ¿Qué porvenir les espera a lo verbal y lo escrito en la época del triunfo de lo visual? A comienzos del siglo XX Georg Simmel alertó sobre la tendencia de lo cuantitativo a predominar sobre lo cualitativo. Nuestra época vive ya, sin duda, bajo el triunfo de la cantidad. Es, como recuerda André Schiffrin¹, la de los medios de comunicación de masas, la industria del ocio y la industria de la información. La pro-

blemática referente a la edición de libros ha de situarse en este contexto puesto que constituye una parte residual del mismo.

El autor, hijo de Jacques Schiffrin, el fundador de Les Editions de la Pléiade, narra los avatares de la edición a las que ha estado ligado encontrando en ellas un síntoma de cambios en las formas de concebir lo que se entiende por editor, por público, por relaciones entre autores y editores, por aspiraciones comerciales legítimas o por influjo de los libros en la conciencia colectiva. La descripción de los enfrentamientos entre distintos individuos en el seno de grupos editoriales, de sus distintas aspiraciones o concepciones, de sus debilidades, esperanzas, ambiciones o tradiciones, constituyen un enfoque que, lejos de ser anecdótico, resulta metodológicamente relevante. Se trata, pues, de un estudio que parte de la acción concreta de los hombres —especialmente de los propietarios de este tipo de medios de producción— en el microcosmos de la edición para situarnos ante la problemática de la cultura mundial en el próximo futuro. En breve, de la posibilidad o no de una cultura independiente de la lógica del mercado. Vale decir, de una cultura digna que contribuya al enriquecimiento de los hombres o que les desprecie hundiéndolos en la superficialidad absoluta.

¹ *André Schiffrin, La edición sin editores, traducción de Eduard Gonzalo, Barcelona, Destino, 2000.*

El libro de Schiffrin da cuenta de dos períodos claramente diferenciados: en primer lugar, del «período de inocencia» en el que la edición era acorde con los ideales de la modernidad. Después, de nuestro presente en el que la edición está dirigida por ejecutivos que no merecen –desde el punto de vista de los ideales de la modernidad, es decir, desde los ideales ilustrados– el nombre de editores. Cada uno de estos períodos se halla presidido por distintas ideologías que, en último término, entrañan distintas concepciones antropológicas. En la «moderna» o «ilustrada» –aunque Schiffrin no emplee estos términos– el ser humano es concebido como capaz de enriquecerse a través del desarrollo de sus potencialidades. El trabajo del editor consiste en dinamizar la vida intelectual seleccionando libros de gran calidad y poniéndolos al alcance de las gentes, contribuyendo a la creación de un público que, bien informado, sea capaz de ir formando posiciones críticas sobre la realidad, que le permitan comprender y/o participar en los debates sobre la construcción de la existencia colectiva. Son precisamente esta concepción universalista y este esfuerzo los que invalidan las acusaciones al espíritu de la modernidad como elitista.

Por el contrario, la doctrina liberal del mercado se halla presidida por esa ideología demagógica que

sostiene que la libertad del público consiste en estancarse o embrutecerse en productos que no exigen ningún esfuerzo intelectual. Tal punto de vista entraña una concepción antropológica que hace al hombre indigno. No sólo porque lo considera incapaz de tomar críticamente sus propias decisiones sino porque lo convierte –como hace con la edición misma– en un medio para obtener beneficios económicos a favor de quien lo mantiene en la miseria intelectual. En último término, como vio Carlos Marx, lo que ocurre es que no se producen sólo objetos –libros– para un sujeto –el público–, sino que se produce un sujeto –un público mutilado– para un objeto –libros de bajo nivel intelectual–. La progresiva reducción de la oferta editorial; la desaparición de la simbiosis entre editoriales y librerías independientes; la dirección del mundo editorial por ejecutivos carentes de inquietud intelectual cuyo mayor orgullo es el dominio de la mercadotecnia; el imperio de los *bestsellers* y la marginación de los textos de profundización, investigación y debate; la desaparición del precio fijo en los libros y las facilidades otorgadas a las grandes superficies para que sus escaparates estén presididos por la banalidad, son fenómenos todos ellos que resultan del triunfo de una lógica perversa. A saber, aquella que no considera la edición como una actividad inte-